

DAFTAR PUSTAKA

- Adel Andila Putri, 2023, *Minimarket Dengan Gerai Terbanyak di Indonesia* (online), (<https://data.goodstats.id/statistic/minimarket-dengan-gerai-terbanyak-di-indonesia-twOVn>, diakses 27 Februari 2025)
- Alfian Fajarlukmansyah, 2024, *Surabaya sebagai Pusat Bisnis Ritel pada Masa Orde Baru Sampai Reformasi*, (online), (<https://www.kompasiana.com/alfianfajar3064/66605f5134777c161e33a212/surabaya-sebagai-pusat-bisnis-ritel-pada-masa-orde-baru-sampai-reformasi>, diakses 07 Januari 2025)
- Ananta, B. V. (2024). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Dorongan Pembelian Impulsif Pada Shopee Live* (Doctoral dissertation, Universitas Atma Jaya Yogyakarta).
- Andika Dwi, 2023, *Sejarah Minimarket Alfamart dan Visi Misinya*, (online), (<https://www.tempo.co/ekonomi/sejarah-minimarket-alfamart-dan-visi-misinya-108207>, diakses 25 Desember 2024)
- Anjayani, R. P., & Febriyanti, I. R. (2022). *Analisis Strategi Bauran Pemasaran untuk Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Pada UMKM YJS Sukabumi)*. Jurnal Multidisiplin Madani, 2(9), 3610-3617.
- Antonius Purwanto, 2021, *Industri Ritel di Indonesia: Regulasi, Sejarah, Potret, dan Tantangan*, (online), (<https://www.kompas.id/baca/paparan-topik/2021/06/03/industri-ritel-di-indonesia-regulasi-sejarah-potret-dan-tantangan>, diakses 25 Desember 2024)
- Amruddin., Priyanda, R., Agustina, T. S., Ariantini, N. S., Ni Gusti Ayu Lia Rusmayani. N. G. A. L., Aslindar, D. A., Ningsih. K. P., Wulandari. S., Putranto, P., Yuniati. I., Untari, I., Mujiani, S., Wicaksono, & PRADINA PUSTAKA. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Sukoharjo: PRADINA PUSTAKA.
- Aprilia, N. N. (2023). *Pengaruh Price Discount, In-Store Display dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen Indomaret (Studi Pada Mahasiswa FISIP UPN" Veteran" Jawa Timur)* (Doctoral dissertation, UPN Veteran Jawa Timur).

- Auliya, A., & Mariela., Y. (2021). *Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Penyelenggaraan Cathay Pacific Travel Fair 2020*. Jurnal Pemasaran Kompetitif, 4(3), 292-301.
- Azmi, K. (2022). *Analisis Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha CV Tjahaja Baru Lubuk Buaya Padang*. Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen, 1(2), 24-32.
- Erwin Haryono, 2024, *Survei Penjualan Eceran Juli 2024*, (online), (<http://bi.go.id/id/publikasi/laporan/Pages/SPE-Juli-2024>, diakses 23 Desember 2024)
- Fadhlila, Z. A. & Ishak, A. (2023). *Peran Mediasi Kredibilitas Influencer Pada Pengaruh Aktivitas Pemasaran Media Sosial Terhadap Pembelian Online Impulsif* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Indonesia).
- Fahlevi, R., Papilaya, P. P. E., Syukrilla, W. A., Pradnyani, P. E., Al-faida, N., Dewi, A. F., Harun, A., Rachman, A., Fajriah, A. S., & GETPRESS INDONESIA. (2024). *Dasar Biostatistika Untuk Peneliti*. Padang: CV GETPRESS INDONESIA.
- Febriana Dwi Lestari, 2021, *Perkembangan Kota Surabaya Melalui Faktor Ekonomi dan Urbanisasi*, (online), (<https://www.kompasiana.com/febriana62991/61892d9e95f4136d431ac372/perkembangan-kota-surabaya-melalui-faktor-ekonomi-dan-urbanisasi>, diakses 07 Januari 2025)
- Galih, F. D., Susanto, B., & Farida, F. (2022). *Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Likuiditas Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan yang Memperoleh Sustainability Reporting Award (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di ASRRAT dan SRA Tahun 2015-2020)*. In *UMMagelang Conference Series* (pp. 885-905).
- Hamida, I. A., & Amron, A. (2022). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Menggunakan Layanan Pesan-Antar Shopee Food (Studi Pada Pengguna Shopee Food Di Kota Semarang)*. Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, 25(1), 33-42
- Hardani, Andriani, H., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Istiqomah, R. R., Fardani, R. A., Sukmana, D. J., & Auliya, N. H. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu.

- Haryo Limanseto, 2024, *Miliki Kontribusi Signifikan bagi Perekonomian Nasional, Menko Airlangga Berharap Sektor Retail Jadi Tulang Punggung di Tengah Ketidakpastian*, (online), (<https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/5715/miliki-kontribusi-signifikan-bagi-perekonomian-nasional-menko-airlangga-berharap-sektor-retail-jadi-tulang-punggung->, diakses 08 Januari 2025)
- Heridiansyah, J., Susetyarsi, T., & Marhamah, M. (2022). *Analisis Dampak Store Environment, Price Discount, Sales Promotion, Dan In-Store Display Terhadap Keputusan Impulse Buying Pada Pt. Matahari Departement Store Kota Semarang Di Era New Normal*. Jurnal STIE Semarang (Edisi Elektronik), 14(3), 15-26.
- Hulu, B., Dakhi, Y., & Zalogo, E. F. (2021). *Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Pada Ud. Mitra Kecamatan Amandraya*. Pareto: Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen, 6(2), 16-25.
- Hulu, P. F. (2021). *Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pelaku Umkm Bergabung Dengan Rumah Kreatif Bumh Gunung Sitoli*. JURNAL REGIONOMIC, 3(2), 40-49.
- Husain, N., Karundeng, D. R., & Suyanto, M. A. (2022). *Analisis lokasi, potongan harga, display produk dan kualitas produk terhadap minat beli pada Alfamart Kayubulan*. Jurnal Pendidikan dan Kewirausahaan, 10(1), 63-85.
- Hutahaean, C. Y. (2022). *Pengaruh Price Discount, In-Store Display, dan Bonus Pack Terhadap Impulse Buying Dengan Positive Emotion Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus Pada Konsumen Lotte Mart Centre Point Medan)*. Jurnal Ekonomi Bisnis Digital, 1(3), 285-298.
- Jasmine, Salwa Rania (2023) *Pengaruh Flash Sale dan Cashback Terhadap Perilaku Impulse Buying Pada Pengguna Tokopedia (Studi Pada Pengguna Tokopedia di Surabaya)* (Doctoral dissertation, UPN Veteran Jawa Timur).
- Kamil, R. (2023). *Generasi Z, Pustakawan, dan Vita Activa Kepustakawanan*. BACA: Jurnal Dokumentasi dan Informasi, 25-34.
- Kusuma, R. A., & Nurhadi, N. (2024). *Pengaruh Flash Sale, Bebas Biaya Pengiriman, dan Hedonic Shopping Motivation terhadap Impulse Buying pada Pengguna Shopee di Gresik* (Doctoral dissertation, UPN Veteran Jawa Timur).

- Machali, I. (2021). *Metode penelitian kuantitatif (panduan praktis merencanakan, melaksanakan, dan analisis dalam penelitian kuantitatif)*. Yogyakarta: Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan, Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Ma'ful, F., & Rahmidani, R. (2023). *Pengaruh Store Atmosphere dan Price Discount terhadap Impulse Buying Pada Produk Fashion (Studi Kasus Pada Pelanggan Matahari Department Store Cabang Basko Kota Padang)*. Jurnal Pendidikan Tambusai, 7(2), 19019-19028.
- Maulana, I., & Haryanti, I. (2023). *Pengaruh Price Discount dan Bonus Pack terhadap Keputusan Impulse Buying pada Alimart Kota Bima*. LANCAH: Jurnal Inovasi dan Tren, 1(2), 144-153.
- Mayola, C. A., Megasari, D. S., Dwiyantri, S., & Lutfiati, D. (2021). *Strategi Pemasaran Marketing Mix Produk Bulu Mata Palsu Ellashes*. Pro. E-Jurnal, 10, 83-95.
- Meri, A. (2023). *Pengaruh Discount, Viral Marketing Dan Brand Ambassador Terhadap Impulse Buying Dalam Perspektif Bisnis Islam (Studi Pada Konsumen Pt Rasa Aryaguna Sejahtera Abadi)* (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).
- Musfira, L., & Astuti, B. (2024). *Faktor–Faktor yang Mempengaruhi Purchase Intention*. Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis, 133-144.
- Nafsi, F. S., & Prabowo, B. (2024). *Pengaruh Store Atmosphere, Product Quality, dan Price Discount terhadap Impulse Buying pada Gerai Miniso: Studi pada Konsumen Gerai Miniso Royal Plaza Surabaya*. Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah, 6(6), 3823-3835.
- Nisa, K. (2020). *Analisis perilaku konsumen dalam memilih tempat belanja (studi kasus minimarket dan toko kelontong di Kelurahan Kali Rungkut Kecamatan Rungkut Kota Surabaya)*. Jurnal Inovasi Penelitian, 1(7), 1281-1288.
- Nurwahidah & Purnama, I. *Pengaruh In Store Display Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Bolly Bakery)*. Journal Scientific of Mandalika.
- Peni Widarti, 2023, *Ekspansi Bisnis Ritel di Jatim Ini Segmen yang Tumbuh Agresif*, (online), (<https://surabaya.bisnis.com/read/20230119/532/1619798/ekspansi-bisnis-ritel-di-jatim-ini-segmen-yang-tumbuh-agresif>, diakses 07 Januari 2025)

- Pierre Rainer, 2023, *Sensus BPS: Saat Ini Indonesia Didominasi Gen Z*, (online), (<https://data.goodstats.id/statistic/sensus-bps-saat-ini-indonesia-didominasi-oleh-gen-z-n9kqv>, diakses 23 Desember 2024)
- Pramesti, A. D., & Dwiridotjahjono, J. (2022). *Pengaruh Hedonic Shopping Motivation dan Shopping Lifestyle terhadap Perilaku Impulse Buying pada Pengguna Shopee di Surabaya*. El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam, 3(5), 945-962.
- Pratama, S. D., & Syaodih, E. (2021). *Analisis Perilaku Konsumen dalam Memanfaatkan Aplikasi KAI Access. Service Management Triangle*. Jurnal Manajemen Jasa, 3(1), 20-27.
- Purba, E., Purba, B., Khairad, F., Damanik, D., Siagian, V., Ginting, A. M., ... & Ernanda, R. (2021). *Metode Penelitian Ekonomi*.
- Putri, Sintha Erika (2024) *Pengaruh Store Atmosphere, Price Discount, Dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying Generasi Z Pada Store KKV Tunjungan Plaza Surabaya* (Doctoral dissertation, UPN Veteran Jawa Timur).
- Raharjo, S., Sari, N. A., & Sapitri, R. N. (2020). *Pengaruh In-Store Display, Bonus Pack Dan Discount Terhadap Impulse Buying Pada Iwan Swalayan Tenggarong*. Jurnal Ekonomi & Manajemen Indonesia, 20(2), 68-78.
- Rahman, S. H., Rohaeni, H., & Dewi, S. W. K. (2020). *Pengaruh Price Discount dan Bonus Pack Terhadap Purchase Intention*. Jurnal Sains Manajemen, 2(1), 24-36.
- Rahma Mieta Mulia, 2021, *Indeks Penjualan Riil (IPR)*, (online), (<https://oneshildt.com/2021/07/27/indeks-penjualan-riil/>, diakses 25 Desember 2024)
- Ramadhan, A. W., & Ekasari, N. (2021). *Pengaruh Price Discount dan Bonus Pack Terhadap Impulse Buying (Studi Kasus Pada Pelanggan Alfamart di Kota Jambi)*. Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan, 10(02), 354-367.
- Rohmatin, N. (2020). *Pengaruh Potongan Harga dan Bonus Pack Terhadap Pembelian tidak Terencana (Studi Kasus di Alfamart Kabupaten Madiun)* (Doctoral dissertation, IAIN Ponorogo).
- Safitri, S. N., & Mutmainah, K. (2023). *Price discount, bonus pack, in-store display dan financial attitude serta pengaruhnya terhadap keputusan*

- impulse buying behavior konsumen*. Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE), 4(2), 294-306.
- Salsabila, S., & Andriana, A. N. (2024). *Pengaruh Price Discount Dan Bonus Pack Terhadap Impulse Buying Dengan Positive Emotion Sebagai Variabel Mediasi Pada Konsumen Ritel Guardian Samarinda Central Plaza*. Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ), 5(1), 2882-2895.
- Samma, S. A. M. K. (2021). *Pengaruh Price Discount, Bonus Pack, Dan In-Store Display Terhadap Keputusan Impulse Buying Behavior Konsumen Pada Hypermart Mall Panakkukang Makassar* (Doctoral dissertation, Universitas Negeri Makassar).
- Soesana, A., Subakti, H., Karwanto, Fitri, A., Sony Kuswandi, Lena Sastri, Ilham Falani, Novita Aswan, Ferawati Artauli Hasibuan, & Hana Lestari. (2023). *Metodologi penelitian kuantitatif*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Sondakh, M. A., Kalangi, J. A., & Rogahang, J. J. (2021). *Strategi Pemasaran Bisnis Ritel Alfamart Desa Pontak Kecamatan Ranoyapo*. Productivity, 2(5), 408-412.
- Sugiyono. (2020). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Bandung : ALFABET.
- Tarigan, D. B., & Prasetyanta, A. (2022). *Pengaruh Price Dicount, Bonus Pack dan In-Store Display Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen Pamella Supermarket 7 di Kabupaten Sleman*. EQUILIBRIUM-Jurnal Bisnis dan Akuntansi, 16(2), 63-70.
- Tarigan, W. J., Tarigan, V., & Purba, D. S. (2022). *Pengaruh Potongan Harga dan Bonus Terhadap Pembelian Konsumen Alfamart Perumnas Batu 6 Pematangsiantar*. Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan, 10(3), 433-444.
- Ukhriyawati, C. F., Mulyati, S., & Rika, R. (2022). *Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku manajemen keuangan pelaku usaha kecil di bidang fashion*. Proceeding of national conference on accounting & finance (pp. 528-535).
- Warnerin, G., & Dwijayanti, R. (2020). *Pengaruh Diskon Dan In-Store Display Terhadap Impulse Buying Konsumen Matahari Department Store Gress Mall Gresik*. Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN), 8(2).

- Yuliarahma, A., & Nurtantiono, A. (2022). *Analisis pengaruh brand image, price discount, package bonuses dan kualitas produk terhadap impulse buying pada produk Oriflame*. Juremi: Jurnal Riset Ekonomi, 2(4), 441-452.
- Zahroh, R., & Sudarwanto, T. (2021). *Pengaruh Potongan Harga Dan Bonus Pack Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen Hypermart Royal Plaza Surabaya*. Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN), 9(1), 1111-1117.
- Zahroh, R., & Sudarwanto, T. (2021). *Pengaruh Potongan Harga Dan Bonus Pack Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen Hypermart Royal Plaza Surabaya*. Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN), 9(1), 1111-1117.